

# “가격 넘어선 만족도”... 외식업계 ‘가심비’ 마케팅 뜬다

(합리적 가격·고객 감성 충족)

고객 의견 반영한 신메뉴 출시 등 소비자의 니즈·만족도에 발맞춰 편의성 극대화한 제품 대거 선보

외식 및 식품업계에서 ‘가심비’에 대한 관심이 높아지고 있다. 가심비는 2018년 새로운 소비 트렌드 중 하나로 가격 대비 마음의 만족도를 높이는 식품을 뜻한다.

소비자들은 일상에서 소소하지만 확실한 행복함을 얻기 위해 가심비를 추구하고 있다. 특히 최근 고객접점이 가까운 외식업계에서 합리적인 가격과 맛은 기본이고 고객의 감성을 충족시키는 ‘가심비’ 마케팅이 활발하게 이뤄지고 있다. 식품업계도 가심비 푸드를 선보이고 있다.

피자알블로는 고객들의 요청을 반영한 신메뉴를 출시하는 등 가심비를 높여가고 있다. 최근 선보인 ‘더빛나라골드 피자’는 ‘빛나라세트’의 업그레이드 버전으로 고객들이 더 크게, 더 많은 사람들과 즐기고 싶다는 요청을 그대로 구현한 메뉴다. 고객의 의견을 반영한 메뉴



피자알블로의 신메뉴 ‘더빛나라골드 피자’, 하남돼지집의 커팅 서비스.



/피자알블로·하남에프앤비

답게 소비자들의 지지를 받으며 인기를 얻고 있다. 여기에 기본적으로 진도산 친환경 흑미도우, 수제 피클 등 피자의 주 재료를 안심하고 먹을 수 있도록 검증된 국내산 식재료만을 사용하고 있다는 점 역시 소비자들의 만족도를 높이는 데 크게 기여하고 있다.

하남돼지집은 신선하고 육즙이 가득한 맛은 물론, 하남돼지집만의 특별한 서비스인 커팅 서비스로 고객의 마음을 사로잡고 있다. 하남돼지집만의 커팅 서

비스는 전담 직원이 고기를 알맞게 구워 손님이 먹기 좋은 크기로 잘라주는 서비스다. 이 서비스는 숙련된 직원이 직접 구워줘 더 맛있는 고기를 맛볼 수 있음은 물론 직원이 고기를 굽는 동안 고객들은 대화에 집중할 수 있기 때문에 고객만족을 극대화하고 있다.

조스푸드의 조스떡볶이는 소셜네트워킹서비스(SNS)상에서 화제가 됐던 ‘조스어묵티’를 공식 출시해 고객들의 감성을 자극하고 있다. 조스떡볶이는

지난 가을 공식 페이스북에 재미 삼아 올린 어묵 티백 이미지의 반응이 좋아 제품개발에 착수해 지난달부터 전국 조스떡볶이 매장에서 판매 중이다. 조스떡볶이의 ‘조스어묵티’는 출시되자마자 각종 SNS와 커뮤니티에서 뜨거운 반응을 보이며 가심비 열풍을 이어가고 있다.

식품업계도 가심비를 높이는 제품을 선보이고 있다. 오투기는 지난달 ‘떠먹는 컵피자’를 출시했다. 이 제품은 전자

레인지로 간편하게 조리해 떠먹는 피자로, 숙성된 도우를 풀판 오븐에 구워 쫄깃하고 맛있는 도우 식감이 특징이다. 길게 늘어지는 컵피자의 특징인 치즈는 99.9% 자연 치즈를 사용했으며 전자레인지에 2분만 조리하면 콤팩트이션, 트리플햄, 포테이토, 매운치킨 등 총 4종의 다양한 맛으로 풍부한 토핑의 컵피자를 맛볼 수 있다.

신세계푸드의 ‘밀크앤허니 푸딩 카페’는 국내산 신선한 우유와 계란을 주 재료로 부드러운 식감과 달콤한 풍미를 강조한 영국식 푸딩이다. 홉카페 디저트로 좋으며, 시중에 판매중인 기존 푸딩에 비해 우유와 초콜릿 등 원재료 함량을 15% 이상 높여 맛과 향이 진하고 풍부할 뿐 아니라 젊은 여성층이 좋아하는 부드럽고 찰랑찰랑한 푸딩 본연의 식감이 극대화 된 것이 특징이다.

업계 관계자는 “최근 고객들이 가격 대비 성능을 따지는 것을 넘어 심리적인 만족감까지 얻으려는 니즈가 점차 강해지고 있다”며 “이 때문에 소비자의 욕구를 파악하고 편의성을 극대화한 제품을 많이 선보이고 있다”고 말했다.

/박인용 기자 parkiu7854@metroseoul.co.kr

## 현대백 “싼커 모셔라”... 춘제 맞이 총력전

할인행사·사은품 증정 등 프로모션 개별관광객 트렌드 맞춰 VIP 강화

현대백화점은 외국인 대상 쇼핑 문화 관광 축제인 ‘코리아 그랜드 세일’ 기간 춘제(春節)를 맞아 한국을 찾는 중국인 관광객을 대상으로 할인 행사와 사은품 증정 등의 다양한 프로모션을 진행하고 있다고 17일 밝혔다.

대상 점포는 현대백화점 압구정본점·무역센터점·신촌점·판교점·디큐브시티 등 5개 백화점과 현대시티아울렛 동대문점·가산점 등 총 7개 점포다.

현대백화점은 우선 중국인들이 선호하는 200여 개 브랜드를 선별해 10~40% 할인 혜택을 제공한다.

앞서 현대백화점은 중국 최대 신용 카드사인 ‘은련카드’와 업무 제휴를 맺고 상시 5% 할인해 주는 한편 5% 마일리지 적립행사를 상시적으로 진행하고 있다.

현대백화점은 최근 단체 여행 패키지를 이용하지 않는 개별관광객(싼커) 방문이 증가하는 트렌드에 발맞춰 중국인 관광객 대상으로 진행하는 VIP 프로모션을 대폭 강화했다.

지난해 현대백화점에 방문한 외국인 중 연간 4000만원 이상 구매한 고객은 2016년에 비해 63%가 늘었고, 매출도 42% 늘어났다.



중국인 관광객이 현대백화점에서 쇼핑을 즐기고 있다. /현대백화점그룹

현대백화점은 또 개별관광객 비중이 높은 20~30대 젊은 고객을 위한 마케팅에도 적극 나선다.

개별관광객이 대중교통을 주로 이용하는 점을 감안해 교통비 프로모션도 진행한다.

또 대한항공을 이용한 중국인 관광객이 탑승일로부터 7일 이내에 티켓을 갖고 백화점을 방문할 경우에도 1만원 상품권을 준다.

이 외에도 행사 기간 중국 SNS 채널인 위챗의 현대백화점 공식 계정을 팔로우 하거나 본인 명의의 SNS를 통해 현대백화점 ‘스마일리’ 캠페인에 참여하는 고객을 대상으로 ‘황사 마스크’를 제공한다.

현대백화점 관계자는 “지난해 춘제 기간(2017년 1월24일부터 2월2일까지)

동안 중국인 관광객 매출이 59.1% 성장했다”며 “지난해에 이어 개별관광객들이 많이 찾는 압구정본점과 무역센터점을 중심으로 높은 매출 성장률을 기록할 것으로 예상된다”고 설명했다.

현대백화점은 중국인 대상 우수 고객 관리 프로그램도 운영 중이다.

지난 2015년 현대백화점은 우수 고객 관리 프로그램 ‘TCP(Top Class Program)’을 벤치마킹해 ‘중국인 VIP 프로그램’을 도입했다.

VIP, VVIP 2개 등급으로 구성해 각 등급별로 4000만원 이상, 1억원 이상 구매할 경우 현대백화점 VIP 라운지 이용 혜택과 함께 구매금액대별로 티켓 지갑 등 사은품을 추가로 제공한다.

/김유진 기자 ujin6326@

## CU, 강원지역 점포 70곳 AI디바이스 설치

KT ‘기가지니’ 정보 제공 서비스 운영 내달 외국인 위한 통역 기능도 탑재

CU가 강원지역을 찾는 관광객들을 위한 인포메이션 센터가 된다.

BGF리테일은 KT와 업무제휴를 맺고 강원지역 CU에서 인공지능 디바이스를 통한 정보 제공 서비스를 운영한다고 17일 밝혔다.

이를 위해 BGF리테일은 지난 11일부터 강원지역 점포 중 관광객 방문율이 높은 주요 매장 70곳을 선정하고 KT의 인공지능 디바이스 ‘기가지니(GIGA Gini)’를 설치했다.

접근성이 뛰어난 편의점 인프라에 KT의 첨단 인공지능 디바이스를 더해 강원도를 방문한 국내외 관광객들이 굳이 안내센터를 찾아가지 않아도 인근 점포에서 필요한 정보를 쉽고 간편하게 얻을 수 있도록 하겠다는 취지다.

CU에 설치되는 KT 기가지니는 스키장, 리조트, 음식점 등 강원지역 관련 정보를 영어와 한국어로 제공한다.

예컨대 “가까운 맛집이 어디야? 근처 호텔 어떻게 가?” 등과 같은 질문을 하면 기가지니가 음성 인식을 통해 질문자가 선택한 언어로 검색 결과를 알려주는 방식이다.

다음달부터는 외국인 방문자와 점포



CU가 강원도 지역 점포에 KT의 인공지능 디바이스 ‘기가지니’를 배치한다. /BGF리테일

근무자가 원활하게 소통할 수 있도록 통역 기능도 탑재된다.

CU는 KT 기가지니를 통한 모든 안내 서비스를 무료로 제공한다.

이 외에도 CU는 4개 국어로 번역된 홍보물과 가격표를 강원지역 점포를 대상으로 배부한다. 이달부터는 알리페이와 함께 위챗페이 결제 서비스를 전국 점포에 도입하는 등 국내외 관광객들의 편리한 여행을 돕기 위한 다양한 준비를 하고 있다.

홍철기 BGF리테일 영업기획팀장은 “편의점 인프라와 최첨단 과학 기술을 접목해 강원지역을 방문하는 누구나 즐겁고 편하게 관광을 즐길 수 있는 환경을 제공하고자 했다”며 “앞으로도 CU는 인공지능, 빅데이터 등 최첨단 과학 기술을 적용해 4차산업의 새로운 플랫폼으로 자리 잡을 것”이라고 말했다. /김유진 기자 ujin6326@

## ‘셰이크쉿’ 6호점 인천공항점 오픈

SPC그룹은 17일 ‘인천국제공항 제2여객터미널(T2)’에 프리미엄 버거 브랜드 ‘셰이크쉿(Shake Shack)’ 6호점을 오픈했다. ‘셰이크쉿 인천공항점’은 전세계적으로 뉴욕(2곳), 두바이, 쿠웨이트시티, 로스앤젤레스에 이어 여섯 번째 공항 매장이다. 인천국제공항 제2여객터미널 지하 1층에 340㎡, 105석 규모로 자리 잡았다. 공항 매장 중 가장 큰 규모다.

/박인용 기자



17일 인천국제공항 제2여객터미널 지하 1층에 위치한 셰이크쉿 6호점 개점 기념 행사에서 로버트 던 주한미국대사관 상무참사관(왼쪽 세번째 부터), 임남수 인천공항공사 여객서비스본부장, 허희수 SPC 그룹 부사장, 조현민 대한항공 전무, 최석원 파리크라상 대표, 선 윌그너 셰이크쉿 엔터프라이즈 오픈레이션 디렉터 등이 테이프 커팅을 하고 있다. /SPC그룹

## 뚜레쥬르, 福스러운 강아지 케이크 선보

해피퍼피·롤롤 크런치, 시즌 한정판매

뚜레쥬르가 2월 말까지 신년과 설을 맞아 강아지 모양 케이크 2종을 한정 출시한다고 17일 밝혔다.

이번에 출시하는 강아지 케이크는 2018년 한 해를 알차게 보내는 다짐의 자리를 기념하거나, 특별한 황금기때해 선물로 제격이다.

‘해피퍼피 크런치’는 초코 스폰지 사이에 초코 크림을 크런치 쿠키와 초코판을 활용해 귀여운 강아지를 표현한 케이크다. ‘롤롤 크런치 케이크’는 부드러운 크



FORIS - PARIS

림과 바삭한 초코 크런치를 넣고 강아지 모양의 초코 판으로 장식한 롤케이크 제품이다. 뚜레쥬르 관계자는 “무술년을 기념해 앞서 출시한 강아지 모양 케이크들이 많은 관심을 받고 있는 만큼 좋은 반응이 기대된다”며 “독특한 외관과 맛으로 이색적인 경험을 할 수 있는 제품을 선물하며 새해 덕담을 나눠 보시길 바란다”고 말했다. /박인용 기자